

GENDER DALAM JARINGAN SOSIAL KEWIRAUSAHAAN

Oleh:

Margo Purnomo

Staf Pengajar Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis FISIP UNPAD
Pembina Yayasan Rumah Kewirausahaan dan Pengembangan Diri

ABSTRACT

Women emerged as a major economic power and use their new financial power to advance the public. The study on entrepreneurial behavior of women and men are usually compared with the assumption that if entrepreneurial behavior is considered as an isolated act of an individual's autonomy. The comparison is usually accomplished by separating it from conventional considerations that entrepreneurial behavior is embedded in a social context.

Entrepreneurial network theory is a theory that attempts to place in the context of social entrepreneurial activity. Studies based on this theory perspectives often identify differences in social networks of women and men entrepreneurs. Women possess different social networks with men. The main characteristics of social networks based on her previous research are: first, the social network formed by women over the options aimed at closeness and emotional attraction

Gender is an interesting theme that is being studied in social network theory, particularly when examined are the entrepreneurs. The literature in this perspective tries to focus on the differences in social networks among female and male entrepreneurs focal entrepreneurs, and how these variations affect entrepreneurial output. Some research results as mentioned above suggests that the gender composition of the different social entrepreneur network.

Entrepreneurial network approach assumes that interacts with whom an entrepreneur will affect the achievement of an entrepreneur. There are three theories that we can use to explain how differences in social networks of women and men entrepreneurs. That homophily theory, relational theory and social support theory.

Key words : Gender, Social Network, Entrepreneurships

PENDAHULUAN

Di era krisis global yang sudah berlangsung kurang lebih satu setengah decade ke belakang, muncul sosok entrepreneur yang lembut, peduli, penuh perasaan dan emosional, serta mengasuh. Mereka para entrepreneur feminist (Orser, et al., 2011). Berbeda dengan pandangan umum selama ini, bahwa seorang entrepreneur itu merupakan sosok maskulin, yang bekerja dengan keras, tangguh menghadapi tekanan, dan sangat rasional. Dychtwald dan Larson (2010) menyatakan bahwa wanita menjadi kekuatan dunia baru. Wanita muncul sebagai kekuatan ekonomi besar dan menggunakan kekuatan financial baru mereka untuk memajukan masyarakat (SWA, 2012). Muhammad Yunus berhasil memberdayakan wanita sebagai entrepreneur dengan kekuatan feminisnya, dan dicontoh oleh banyak pemerintah, serta banyak LSM yang berfokus pada wanita sebagai kunci sukses pemberdayaan masyarakat di era krisis selama ini.

Penelitian kewirausahaan wanita sudah mulai dilakukan sejak decade 1980-an. Pada umumnya para peneliti kewirausahaan wanita awal berusaha menggali jika dan bagaimana wanita beradaptasi dalam proses entrepreneurial (Fielden dan Dawe, 2004; Klyver, 2012). Dan saat ini, menurut Terjesen, et.al., (2011) penelitian kewirausahaan wanita umumnya mencoba mengeksplorasi jika dan bagaimana wanita kurang diabaikan dalam kewirausahaan.

Para ahli pendekatan perilaku juga berusaha membandingkan perilaku wirausahawan dan wirausahawati. Penelitian perilaku kewirausahaan wanita dan pria biasanya dibandingkan dengan asumsi jika perilaku kewirausahaan itu dianggap sebagai sebuah tindakan yang terisolasi dan merupakan suatu otonomi individu (Kirkwood, 2009; Klyver, 2012). Perbandingan tersebut biasanya disempurnakan dengan memisahkannya

dari pertimbangan konvensional bahwa perilaku entrepreneurial tertanam dalam konteks social.

Hal itulah yang menarik untuk dibahas. Padahal ahli kewirausahaan seperti Aldrich dan Zimmer (1986) serta Klyver (2012) menyatakan bahwa *entrepreneurial network theory* merupakan teori yang berupaya menempatkan aktivitas entrepreneurial dalam konteks social. Penelitian-penelitian berdasarkan perspektif teori ini sering mengidentifikasi perbedaan jaringan social entrepreneur wanita dan pria. Kesimpulan dalam perspektif ini pun biasanya memunculkan argumentasi bahwa entrepreneur wanita memiliki jaringan social yang kurang cocok dan efektif (Menzies, Diochon dan Gasse, 2004; Foss, 2010; Arthur, Campo dan van Burren, 2011; Klyver, 2012).

JARINGAN SOSIAL WANITA

Secara umum, kita semua sudah memiliki pemahaman yang sama bahwa wanita membangun hubungan khusus secara berbeda pada orang lain. Karenanya, wanita memiliki jaringan social yang berbeda dengan pria. Karakteristik utama jaringan social wanita berdasarkan penelitian sebelumnya adalah: pertama, Jaringan social wanita lebih dibentuk oleh pilihan yang bertujuan untuk kedekatan dan ketertarikan emosional (Liebler dan Sandefur, 2002; Bell, 1991). Bahkan temuan Marsden (1987) dan Moore (1990) mengungkapkan bahwa pilihan kedekatan emosional tersebut ditentukan oleh hubungan keluarga dalam jaringannya. Sedangkan jaringan social pria lebih dibentuk oleh adanya kesamaan aktivitas (Liebler dan Sandefur, 2002).

Kedua, wanita lebih suka menjadi pemberi dan penerima dukungan emosional (Agneessens, et al., 2006). Oleh karena itu, jaringan social entrepreneur wanita memiliki dua indikator utama yaitu *emotional closeness* dan *social support*.

Walaupun masih sedikit penelitian yang membahas jaringan social

entrepreneur wanita, namun ada dua hal yang konsisten muncul ditemukan dalam beberapa penelitian empiris dilapangan. Pertama, entrepreneur wanita memiliki proporsi kontak yang lebih tinggi dalam jaringan sosialnya daripada pria (Aldrich, et al., 1989; Smeltzer dan Fann, 1989; Cromie dan Birley, 1992). Kedua, entrepreneur wanita cenderung lebih menjaga hubungan keluarga (Katz dan Williams, 1997). Walaupun penelitian awal dibidang jaringan ini mencoba keluar dari pendekatan otonomi individu, namun masih mengalami ketidaksesuaian pada fokus utama *focal actor*.

Hal tersebut memperjelas pemahaman tentang bagaimana gender *focal actor* mempengaruhi komposisi jaringan entrepreneur. Sehingga fokus pembahasan selanjutnya yang perlu digali adalah bagaimana jaringan social entrepreneur wanita dan pria dibedakan satu dengan lainnya. Secara lebih spesifik, perlu ada penelitian yang menelusuri *gender network contacts* dalam jaringan social entrepreneur.

Pada tema tersebut, sangat sedikit sekali penelitian dilakukan sampai dengan sekarang. Dalam tulisan ini, penulis berargumen dengan pendapat Klyver (2012) yang menyatakan bahwa perbedaan gender tidak hanya muncul dalam entrepreneur wanita dan pria tetapi juga hadir dalam fungsi hubungan relasi dengan rekan entrepreneur penting (*alter*). Dengan pandangan ini, fokus jaringan social kewirausahaan berubah dari gender of *focal entrepreneur* menjadi *gender of the alters*. Sehingga, perspektif perbedaan gender meluas. Dari upaya untuk menginvestigasi *the focal actor*, menjadi investigasi perbedaan gender pada *the alter* entrepreneur wanita dan pria.

GENDER DAN JARINGAN SOSIAL

Gender merupakan tema yang sedang menarik dikaji dalam teori jaringan sosial, khususnya bila yang diteliti adalah para entrepreneur. Literatur dalam

perspektif ini mencoba memfokuskan pada perbedaan dalam jaringan social antara *female focal entrepreneurs* dan *male focal entrepreneurs*, serta bagaimana variasi tersebut mempengaruhi keluaran entrepreneurial. Beberapa hasil penelitian seperti telah disebutkan di atas menunjukkan bahwa komposisi gender dalam jaringan social entrepreneur berbeda. Karena pada aspek ini masih merupakan sisi yang belum banyak tergali (Klyver, et al., 2011).

Pada penelitian awal yang dilakukan oleh Aldrich, Reese dan Dubini (1989) di Amerika dan Italy, serta Cromie dan Birley (1992) di Irlandia, menemukan bahwa entrepreneur wanita memiliki *alter* pria sedikit dalam jaringan social mereka daripada entrepreneur pria. Observasi dan wawancara yang dilakukan oleh Smeltzer dan Fann (1989) memperoleh informasi bahwa komposisi *alter* pria yang sedikit pada entrepreneur wanita karena wanita lebih menyukai mencari informasi dari *alter* wanita. Hal tersebut konsisten ditemukan oleh peneliti gender dalam kewirausahaan lain seperti Aldrich, Elam dan Reese (1997) serta Klyver dan Terjesen (2007). Hasil-hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa ketika entrepreneur wanita dan pria bergerak lebih jauh dalam proses entrepreneurial membangun bisnisnya, mereka yang survive adalah entrepreneur yang memiliki proporsi *alter* wanita dan pria yang sama besar dalam jaringan sosialnya.

Perbedaan dalam komposisi gender dalam jaringan social entrepreneur wanita dan pria sejauh ini masih menjadi temuan penelitian yang belum terbantahkan. Banyak juga peneliti yang berusaha mengungkap perbedaan lainnya, misalnya dalam hal jika dan bagaimana kegagalan entrepreneur wanita dan pria dalam menggunakan jaringan sosialnya (Carter, Anderson dan Shaw, 2001).

Temuan lain yang banyak diungkap pada penelitian awal adalah entrepreneur wanita memiliki ikatan

jaringan yang lemah daripada pria (Katz dan William, 1997). Ikatan yang lemah tersebut dapat dijelaskan dengan hasil penelitian dari Greeve dan Salaff (2003) yang mengungkapkan bahwa entrepreneur wanita lebih memaksimalkan jaringan keluarganya daripada pihak diluar keluarga. Begitu juga dengan temuan Renzulli (1998) yang melaporkan bahwa anggota jaringan diskusi entrepreneur wanita lebih banyak keluarga, sedangkan pada anggota jaringan diskusi entrepreneur pria lebih banyak rekan kerja. Namun belakangan temuan penelitian awal tersebut dapat terbantahkan. Misalnya hasil penelitian Menzies, Diochon dan Gasse (2004), mereka melaporkan bahwa tidak ada perbedaan proporsi dukungan dari keluarga atau kawan pada entrepreneur wanita dan pria. Atau pada penelitian Cromie dan Birley (1992) yang menyatakan bahwa keterlibatan anggota keluarga pada entrepreneur wanita dan pria tidak berbeda signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa pandangan bahwa keterlibatan keluarga pada bisnis yang dibangun entrepreneur wanita dan pria itu berbeda masih dianggap belum jelas.

TEORI JARINGAN ENTREPRENEURIAL

Pandangan Jack (2010) terhadap literatur kewirausahaan selama dasawarsa terakhir ini menyatakan bahwa saat ini literatur kewirausahaan telah berubah. Sebelumnya, para peneliti kewirausahaan memandang entrepreneur sebagai orang yang memiliki otonomi dan pembuat keputusan rasional. Sedangkan saat ini, banyak peneliti yang memandang entrepreneur sebagai orang yang melekat dengan jaringan social.

Pendekatan jaringan entrepreneurial berasumsi bahwa dengan siapa seorang entrepreneur berinteraksi akan berpengaruh pada pencapaian prestasi seorang entrepreneur. Pada dasarnya, memang akan melalui berbagai sumberdaya relasi dan media komunikasi

yang ada. Pendekatan jaringan entrepreneurial menempatkan kewirausahaan dalam konteks social dan institusional, serta mencoba memberikan peluang bagi para peneliti kewirausahaan untuk menempatkan entrepreneur secara social.

Secara berbeda, Sandefur dan Laumann (1988) jaringan social menyediakan entrepreneur sumber daya yang lebih luas dan membantu mereka mencapai tujuannya. Sumberdaya yang dapat diperoleh para entrepreneur diantaranya adalah informasi, akses keuangan, akses keterampilan, pengetahuan dan saran, dukungan emosional, serta legitimasi social (Adler dan Kwon, 2002). Ada tiga teori yang dapat kita gunakan untuk menjelaskan bagaimana perbedaan jaringan social entrepreneur wanita dan pria. Yaitu *homophily theory*, *relational theory*, dan *social support theory*.

A. Homophily Theory

Byrne (1971) berargumen tentang teori homophily. Ia menyatakan bahwa rentang komunikasi individu dengan individu lain tergantung pada tingkat kesamaan persepsi diantara mereka dalam hal kesamaan atribut demografis, nilai dan aktivitas. Seorang individu yang berbagi karakteristik tertentu dan menarik pihak lain diharapkan dapat memberikan feedback positif pada ide-ide dan kemampuan-kemampuan individu yang bersangkutan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan aktualisasi diri.

Berdasarkan teori ini dapat difahami bahwa entrepreneur wanita maupun pria akan memilih dan memilih siapa saja yang akan terlibat dalam jaringannya berdasarkan gender dan karakteristik lainnya yang homogen. Berdasarkan teori homophily, para peneliti juga melaporkan tentang adanya perbedaan

gender dalam jaringan social entrepreneur. Penelitian yang dilakukan oleh Aldrich, et al (1989), Smeltzer dan Fann (1989), Cromie dan Birley (1992), serta Ruef, et al (2003) konsisten menunjukkan bahwa entrepreneur wanita lebih menyukai melibatkan alter wanita dalam jaringannya.

B. Relational Theory

Berdasarkan teori relasional dari Miller (1976), pengembangan diri dan kepribadian wanita dibentuk oleh adanya rasa keterkaitan dengan orang lain, termasuk didalamnya adalah adanya keterkaitan keluarga. Jika kita amati, hampir seluruh porsi kehidupan wanita didedikasikan untuk membantu mengembangkan orang lain, sehingga melalui dedikasinya tersebut, pada saat yang sama wanita mengembangkan keterampilan seperti *authenticity*, *openness*, *care* dan *compassion* (Klyver, 2012).

Beberapa ahli berpandangan bahwa hubungan pada wanita ditentukan oleh kedekatan emosional (*emotional closeness*) sementara hubungan pada pria muncul dan difokuskan pada aktivitas bersama (*shared activities*) (Bell, 1991; Liebler dan Sandefur, 2002; Johnson, 2004). Kedekatan emosional diartikan sebagai apresiasi individu dan keinginan berhubungan dengan siapa saja yang menurut mereka dekat dan tertarik secara emosional. Pada hubungan seperti ini, pihak-pihak yang berhubungan membangun hubungan yang saling menguntungkan dalam hal perasaan (*sensitivity*), kepercayaan (*trust*), loyalitas (*loyalty*) (Camarena, et al., 1990), empati (*empathy*), keamanan (*security*), dan keintiman (*intimacy*) (Johnson, 2004).

Penekanan terhadap aspek kedekatan emosional dan relasional pada interaksi wanita merupakan hal

yang mungkin muncul pada perbedaan gender dalam komposisi jaringan. Jika aspek kedekatan emosional dan relasional interaksi wanita juga dapat ditemukan dalam konteks kewirausahaan, maka keterlibatan keluarga kemungkinan besar akan muncul bervariasi pada gender entrepreneur serta gender alter.

Penelitian awal menunjukkan bahwa wanita pada umumnya memiliki proporsi ikatan kekeluargaan yang lebih tinggi daripada pria (Marzden, 1987; Moore, 1990; Pugliesi dan Shook, 1998). Walaupun studi pada jaringan wanita dan pria umumnya menunjukkan hasil yang konsisten tentang ikatan kekeluargaan, namun studi dalam konteks kewirausahaan khususnya pada komposisi jaringan entrepreneur menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Misalnya, Renzulli (1998) menunjukkan bahwa entrepreneur wanita cenderung memiliki ikatan jaringan keluarga yang homogen. Begitu juga dengan Greve dan Salaff (2003) yang melaporkan bahwa entrepreneur wanita akan meningkatkan hubungan keluarganya ketika mengambil alih perusahaan. Namun pada studi lain menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan dalam keterlibatan anggota keluarga terdekat pada entrepreneur wanita dan pria (Aldrich, et al., 1989; Cromie dan Birley, 1992; Menzies, et al., 2004).

Jika kita mengikuti teori relasional dan konsep *emotional closeness* maka kita dapat berargumen bahwa keterlibatan keluarga akan muncul ketika entrepreneur itu wanita dan alter juga wanita. Namun, tentunya merupakan hal yang wajar juga jika mengacu pada teori relasional bahwa pasangan entrepreneur wanita atau suami akan terlibat banyak dalam jaringan sosialnya.

C. Teori Dukungan Sosial (*Social Support Theory*)

Mengacu pada teori dukungan social, House (1987) membagi dukungan ke dalam empat tipe dukungan, yaitu dukungan emosional (*emotional support*), dukungan instrumental (*instrumental support*), Informasi (*information*), dan persahabatan (*social companionship*) (Agneessens et al., 2006). Penelitian terdahulu tentang teori dukungan social mengindikasikan bahwa wanita cenderung mencari dan memberikan dukungan emosional (Lieber & Sandefur 2002; Plickert et al. 2007), sedangkan pria cenderung mencari dan memberikan dukungan instrumental (Reevy & Maslach, 2001). Dalam konteks kewirausahaan, Neergaard, et al. (2005) mengembangkan kerangka teoritis berdasarkan teori dukungan social guna memahami interaksi entrepreneur wanita dan perannya dalam jaringan social. Model Neergaard lebih banyak berfokus pada diskusi tentang konten jaringan social entrepreneurial, bukan struktur jaringan.

Beberapa penelitian yang menelusuri dukungan emosional dalam proses kewirausahaan justru tidak membedakan entrepreneur wanita dan pria (Bruderl dan Preisendorfer, 1998; Davidsson dan Honig, 2003; Samuelsson, 2004). Mereka menemukan bahwa tidak ada beda dalam praktek jaringan kewirausahaan entrepreneur wanita dan pria, dalam hal dukungan keluarga dan teman. Oleh karena itu, mengacu pada teori dukungan social dan dengan mempertimbangkan adanya kedekatan emosional pada wanita maka entrepreneur wanita akan cenderung memiliki *alter* wanita.

PENUTUP

Penulis menyatakan di atas bahwa *alter* perlu dikaji guna penelusuran pertanyaan bagaimana wanita berkontribusi pada kewirausahaan dengan cara yang berbeda dari pria. Penelitian umumnya lebih banyak mengkaji ide bahwa fokus penelitian kewirausahaan yang melekat dalam konteks social hanya dilakukan dalam hal perbedaan komposisi jaringan pada gender entrepreneur. Disini, penulis mengusulkan perlu adanya pengayaan pada pertanyaan “bagaimana gender dalam jaringan social entrepreneur dibedakan berdasarkan peran dan fungsi?”. Khususnya keterlibatan anggota keluarga yang bukan hanya terlibat dalam gender entrepreneur tetapi juga dari sisi anggota jaringan entrepreneur atau *alter*. Sehingga “apakah entrepreneur wanita dan pria sama-sama melibatkan anggota keluarga?”. Lalu “apakah anggota keluarga yang terlibat dalam jaringan social entrepreneur itu cenderung wanita atau pria?”. Oleh karena itu, perlu juga ada penelusuran tentang dukungan emosional yang bukan hanya pada gender entrepreneur tetapi juga pada gender *alter*. Karena entrepreneur wanita dan pria memerlukan dukungan emosional serta *alter* wanita dan pria memberikan dukungan emosional. Guna kepentingan penelusuran lebih lanjut maka ada tiga teori yang penulis rekomendasikan yaitu *homophily theory* (Byrne, 1971), *relational theory* (Miller, 1976) dan *social support theory* (House, 1987).

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, P. S. & Kwon, S. (2002). **Social capital: prospect for a new concept**. Academy of Management Review, 27(1), 17-40.
- Agneessens, F., Waage, H. & Lievens, J. (2006). **Diversity in social support by role relations: A typology**. Social Networks, 28(4), 427-441.

- Aldrich, H. E., Elam, A. B. & Reese, P. R. (1997). **Strong ties, weak ties, and strangers - Do women owners differ from men in their use of networking to obtain assistance?** In S. Birley and E. C. MacMillan (Eds) *Entrepreneurship in a global context* (pp. 1-25). London: Routledge.
- Aldrich, H. E., Reese, P. R. & Dubini, P. (1989). **Women on the verge of a breakthrough?: Networking among entrepreneurs in the US and Italy.** *Entrepreneurship and Regional Development*, 1(4), 339-356.
- Aldrich, H. E. & Zimmer, C. (1986). **Entrepreneurship through social networks.** In D. L. Genderton and R. W. Smilor (Eds), *The art and science of entrepreneurship* (pp. 3-23). New York: Ballinger.
- Arthur, M. M., Campo, R. G. D. & Van Buren III, H. J. (2011). **The impact of gender-differentiated golf course features on women's networking.** *Gender in Management: An International Journal*, 26(1), 37-56.
- Bell, R. A. (1991). **Gender, friendship, network density, and loneliness.** *Journal of Social Behavior and Personality*, 6, 45-56.
- Brüderl, J. & P. Preisendörfer (1998). **Network support and the success of newly founded businesses.** *Small Business Economics*, 10(3), 213-225.
- Burt, R., S (1984). **Network items and the general social survey.** *Social Networks*, 6(4), 293-339.
- Byrne, D. E. (1971). **The attraction paradigm.** New York: Academic Press.
- Camarena, P. M., Sarigiani, P. A. & Petersen, A. C. (1990). **Gender-specific pathways to intimacy in early adolescence.** *Journal of Youth and Adolescence*, 19(1), 19-32.
- Carter, S., Anderson, S. & Shaw, E. (2001). **Women's business ownership: Review of academic, popular and internet literature.** Report to the Small Business Service.
- Cromie, S. & Birley, S. (1992). **Networking by female business owners in Northern Ireland.** *Journal of Business Venturing*, 7(3), 237-251.
- Davidsson, P. & Honig, B. (2003). **The role of social and human capital among nascent entrepreneurs.** *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
- Fielden, S. L. & Dawe, A. (2004). **Entrepreneurship and social inclusion.** *Women in Management Review*, 19(3), 139-142.
- Foss, L. (2010). **Research on entrepreneur networks – the case for a constructionist feminist theory perspective.** *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(1), 83-102.
- Greve, A. & Salaff, J. W. (2003). **Social networks and entrepreneurship.** *Entrepreneurship Theory & Practice*, 28(1), 1-22.
- House, J. S. (1987). **Social support and social structure.** *Sociological Forum*, 2(1), 135-146.
- Jack, S. L. (2010). **Approaches to studying networks: Implications and outcome.** *Journal of Business Venturing*, 25(1), 120-137.
- Johnson, H. D. (2004). **Gender, grade, and relationship differences in emotional closeness within adolescence friendship.** *Adolescence*, 39(154), 243-255.
- Katz, J. A. & Williams, P. M. (1997). **Gender self employment and weak-tie networking through formal organizations - A secondary analysis approach.**

- Entrepreneurship and Regional Development**, 9(3), 183-197.
- Kirkwood, J. (2009). **Is a lack of self-confidence hindering women entrepreneurs?** International Journal of Gender and Entrepreneurship, 1(2), 118-133.
- Klyver, K. (2012). **Gender differences in entrepreneurial networks-adding an alters perspective.** Emerald Group Publishing Limited.
- Klyver, K., Evald, M. R. & Hindle, K. (2011). **Social networks and new venture creation: the dark side of networks.** In K. Hindle & K. Klyver (Eds), Handbook of research on new venture creation (pp 145-159). Cheltenham: London.
- Klyver, K. & Terjesen, S. (2007). **Entrepreneurial network composition - An analysis across venture development stage and gender.** Women in Management Review, 22(8), 682-688.
- Lieber, C. A. & Sandefur, G. D. (2002). **Gender differences in the exchange of social support with friends, neighbors, and co-workers at midlife.** Social Science Research, 31, 364-391.
- Marzden, P. (1987). **Core discussion networks of Americans.** American Sociological Review, 52(1), 122-131.
- Menzies, T. V., Diochon, M. & Gasse, Y. (2004). **Examining venture-related myths concerning women entrepreneurs.** Journal of Developmental Entrepreneurship, 9(2), 89-107.
- Miller, J. B. (1976). **Toward a new psychology of women.** Boston: Beacon Press.
- Moore, G. (1990). **Structural determinants of men's and women's personal networks.** American Sociological Review, 55(5), 726-735.
- Neergaard, H., Shaw, E. & Carter, S. (2005). **The impact of gender, social capital and networks on business ownership - a research agenda.** International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 11(5), 338-357.
- Orser, B.J., Elliott, & C., Leck. (2011). **Feminist attributes and entrepreneurial identity.** Gender in Management: An International Journal, 26(28), 561-589.
- Plickert, G., Cote, R. R. & Wellman, B. (2007). **It's not who you know, it's how you them: Who exchanges what with who?** Social Networks, 29, 405-429.
- Pugliesi, K. & Shook, S. L. (1998). **Gender, ethnicity, and network characteristics: Variation in social support resources.** Gender Roles, 38(3), 215-238.
- Reevy, G. M. & Maslach, C. (2001). **People's use of social support: Gender and personality differences.** Gender Roles, 44, 437-459.
- Renzulli, L. A. (1998). **Small business owners, their networks, and the process of resource acquisition.** Department of Sociology. University of North Carolina at Chapel Hill.
- Ruef, M., Aldrich, H. E. & Carter, N. M. (2003). **The structure of founding teams: Homophily, strong ties, and isolation among U.S. entrepreneurs.** American Sociological Review, 68, 195-222.
- Samuelsson, M. (2004). **Creating new ventures - A longitudinal investigation of the nascent venturing process.** Jönköping: JIBS dissertation Series.
- Sandefur, R. L. & Laumann, E. O. (1998). **A paradigm for social capital. Rationality and Society**, 10(4), 481-501.

- Smeltzer, L. R. & Fann, G. L. (1989). **Gender differences in external networks of small business owners/managers.** Journal of Small Business Management, 27(2), 25-32.
- Starr, J. A. & Yudkin, M. (1996). **Women entrepreneurs: A review of current research.** Centre for Research on Women, Wellesley College.
- SWA (2012). **Mengapa harus wanita?.** 8 (28)
- Terjesen, S., Elam, A. & Brush, C. G. (2011). **Gender and new venture creation.** In K. Hindle & K. Klyver (Eds), Handbook of research on new venture creation (pp 85-98). Cheltenham: London.